旭川市商店街小賣商の一經營調査

横田弘之

一

自然的に發生群集せる數多の商店—主として小賣商店—が、都市又は農村に於ける市街地の一劃を占有し、そこに賣買を中心とした所謂商業的特殊雰圍氣を作り、獨自な形態を示す、その地域の一般を指して、私は商店街(Shopping street)と呼んで居る。少く共都市に於ける商店街は、唯に物品購入、飲食飽意の欲求を速かに且つ容易に充たして居るのみならず、併せて殊に郊外遠き市民のために、慰安的鬱散的唯一の遊歩場となつて居る。從つて一都市に於ける商店街の性質について、平井教授の申される「衣料雜貨其他の家庭用品を中心とする商品の自然發生的小賣市場」[1]たる以上に、精神的娯樂場をも併せ加味して居る譯である。而して本來斯る商店街の內容的性格は、すでにヒルシュも考へし如く、日常的需要の營業即ち別言すれば、最寄品(Convenience goods)の營業よりも寧ろ、期間的需要の營業即ち、買廻品(Shopping goods)の營業の傾きが強く、多くの買手は即刻充足するを常とせず、散歩滿足を味はひつつ、多くの適當なる營業及びその陳列商品を順次に素見し、

1) 國民經濟雜誌第五十八卷第二號所載、平井泰太郎氏論文、商店街の動向 p.5.

檢査し、比較し、かくして最も適當と考ふるものを選擇せんと欲するのである。從つて其の位置としても出來るだけ人の盛なる場所を求めねばならぬ。かくてヒルシュの謂ふ「公衆の大波が充溢する所で、待たるる最も多くの顧客を持つのである。斯くして、期間的に反覆する需要に對する本來の市場たる最新的營業街が發生する」[2]なる言述に意味深きものの含まれて居ることを感ずる。要するにその內容的性格として、夫が、Shopping street であると同時に、Amusement street でなければならぬ。つまり清水正已氏のいはれる「樂しませる商店街」でなければならぬと思ふ。

小賣商振興策の一つとして斯る商店街の研究が、最近著るしく擡頭し、主として對百貨店の問題として取扱はれてゐるが、それは決して百貨店對抗上の問題としてのみ考究さるべきものではなく、寧ろあらゆる小賣商自身の更生、即ち外部的にも內部的にも自己を確立すべき諸點より、愼重に取扱はれねばならぬものと考へてゐる。由來商店街は「無蓋の百貨店」、「橫の百貨店」、或は「橫に這ふ百貨店」[3]と稱され、今日大資本の下に合理的經營を續けて居る所謂「縱の百貨店」に對して居る有樣である。

小賣商と百貨店の賣上比較（%）

	小賣商	百貨店
化粧品	七〇・六%	二九・四%
陶磁器	六九・九	三〇・一
革製品	六五・五	三九・四
貴金屬	六〇・六	三四・五
玩具	四九・八	五〇・二
洋品	四九・四	五〇・六
呉服	三八・四	六一・六

近時經濟思潮の注意すべき新傾向として、是正資本主義的な多分に倫理化せる企業精神が著しくあらはれ、企業に對する考へ方も、單に夫を以て收益を追求する技術的な組織と考へず、吾々の生活への構成によつて成立した社會構成體[4]と看做し、企業の立場と正しく了解すべき契機を釀しつつあると同時に又、各自の職分

2) Hirsch, Der Moderne Handel, 1925, S. 231. ff.
（杉本秋男氏著　商店位置と商店街の研究 p. 93. 參照）
3) 商學全集　谷口吉彥氏著　配給組織論 p. 30.
4) 宮田喜代藏氏講述　經營と經濟との基本關係 p. 182.

思想[5]の堅實なる保持に留意せしめる、喜ばしき氣運が頓に漲つて居るのである。斯る思想下に活きる統制經濟の力は小賣商問題についても、その公正化の實現に努め、その好むと好まざるとに不拘、すべてを協同といふ流れの中に押し入れ、小賣商大衆の統合を強化し、更に廣大なる國家的援助を與へる一面、今日資本力により獨占的地位を占める百貨店その他の大規模小賣機關の直接間接的制御に努めてゐる。かくて協力一致を以てその進展向上を計らんとする小賣商自身の商店街こそ、正に將來性あるものと謂はなければならぬのである。勿論今日商店街小賣商が有する獨自な特異性については愼重に考慮さるべきであらう。私は茲に東京市に於ける全小賣商店と百貨店とについて、その品種別賣上割合の興味深き統計[6]を掲げてみる。（前頁參照）

ともあれ、以上の意味に基いて私は、特に本道に於ける軍都旭川市の主要商店街を素材に選び、兼てよりの願望たる、都市商店街構成の實證的な分析を試み、諸般に亙る參考資料に供したいのである。

二

旭川市の商店街を吟味檢討するために、私は種々關係者を煩はして統計資料を蒐集したが、主として昭和十年より十一年にかけて廳立旭川商業學校生徒の調査[1]にかゝる統計と、同市商工會議所員の調査[2]による報告書を基礎として、いろ〳〵私自身の考察により自我流の統計を作り乍ら分析を試みた事を、豫め附記して筆を進めることにする。

昭和十年十月一日附國勢調査によると、本市總戸數一六、三五六戸、總

旭川市各戸職業分類表
（調査戸數 10.595戸）

	戸	%
勤人業	3,108	29.33
商業	2,938	27.73
工業	1,561	14.73
自由業	1,387	13.07
其ノ他		
無職業	989	9.34
農業	378	3.57
交通業	234	2.21

5）社會政策時報　昭和十四年四月號所載　平野義太郎氏論文參照。經濟史研究第二十一卷第五號所載　宮本又次氏論文參照。
6）昭和十年十二月五日　東京日日新聞掲載。
1）北海道廳立旭川商業學校　鄕土產業調査第三輯　昭和十一年三月發行
2）旭川商工會議所　旭川市內主要商店街調査報告　昭和十一年四月發行

人口九一、〇一九人になつて居るが、前記生徒及び所員による調査戸數一〇、五九五戸中、商業戸數は二、九三八戸となり、前表の如く全市總戸數に對して二七、七三%を占めて居る。この凡そ三千に近き商業戸數を地域別にみると次表の如く、西部四三一、中部一、三〇九、東部七八七、近文二五九、新旭川二五二となつて居る。

	西部	中部	東部	新旭川	近文	計
物品販賣業	三三三	八三三	五七〇	九四	一九八	二、〇二八
賣買媒介周旋業	一四	五三	二八	五	一七	一一七
金融保險業	二一	六五	二一	一	七	一〇五
旅宿料理店浴場	七二	三五三	一六七	五二	三六	六八〇
物品貸預り業	一	五	一	〇	一	八
計	四三一	一、三〇九	七八七	一五二	二五九	二、九三八

右によつて明らかな如く、所謂物品販賣業が壓倒的數を示してゐるが、この商業層に包含される小賣商こそ所謂商店街を構成する大部分なのである。私は更に物品販賣業を分類して地域的な統計を左に作つてみた。

物品販賣業

	西部	中部	東部	新旭川	近文	計
飲食料品販賣	一二三	二八五	二二九	五七	八六	七七九
衣料身裝品販賣	五三	一四八	八六	五	二六	三一八
家具建築材料販賣	二〇	八八	六二	一	一六	一八八
機械器具類販賣	一五	八七	三〇	五	六	一四三
その他の販賣	一二三	二二五	一六二	二六	六四	六〇〇
計	三三三	八三三	五七〇	九四	一九八	二、〇二八

尙參考までに、本市に於ける小賣商店中、最多數にのぼる店種とその一店當りの戸數及び人口を擧げると、次の如くなつて居る。[3]

	店數	一店當り戸數	一店當り人口
料理屋・カフェー・飲食店	二九七	五五	三〇六
菓子パン飴店	二五六	六四	三五六
日用食料雜貨店	一八八	八七	四八四
家具指物店	一七九	九一	五〇六
洋服店	一二〇	一三六	七五八
魚店	一〇六	一五四	八五八
理髮結髮店	一二八	一二八	七一一

右の如く本市に於ける物品販賣業の分布狀態は、主として中部及び東部に在り、其處に本市として有力な商店街が存在してゐる。即ち中部に師團通り商店街、二條通り商店街あり、東部には、銀座通り商店街がある。

吾々は斯る商店街を伸ばし發展せしむるために、その構成內容を分析し、あらゆる角度より檢討を試み、批判的な眼を以てその姿を描寫してゆくのであるが、種々なる都合上今回は師團通り商店街に限つて玆に揭載する事にする。

三

私は先づ師團通り商店街の分析を始める前提として、師團通り商店街の概廓を述べてみる。本商店街は市全體の中心をなし、旭川驛より續く街の心臟部を占めて、その長さ南北に三百五十六間、直線型に走る平坦な舗

3) 北海道廳立旭川商業學校、鄕土產業調査第三輯 p. 207.—208.

裝路にして、その全幅員十一間、左右人道各二間、車道七間となり、町名一條七、八丁目より八條七、八丁目に及んで居る。電車バス等はその三方を圍み、本商店街の車道は常に車馬が疾驅して居る。該地域は本市に於ける最繁華な場所柄を形成し、特に驛につらなる關係上、單に附近の住宅地に居住する俸給生活者のみならず近鄕農村よりの地方客も來集する傾きが多い。從つて顧客層の質も良く、他商店街に比し特に高級品の賣上が多大なのである。この事實はリーガーの謂ふ「交通指向的（Verkehrsorientiert）なる商店は、主として奢侈品營業の方面に於て見られる」[1]といふ言述を裏書するものと見ることが出來る。尙本商店街に於ける團體組織は昭和二年九月十日より設立され、現在一六〇名の會員を擁し、相互の親睦を計りつつ協力を保つて、聯合大賣出、聯合裝飾、共同照明、共同撒水、共同掃除、共同除雪等を行つてゐる。更に本商店街中にある三つの小百貨店に對抗して、一業一店を以て聯結せる小賣商店の專門店會が組織され、現在共通商品券や共通通帳等を發行してゐる。以上の外、私は近き將來に於て本商街全體を打つて一丸とする、所謂商店街商業組合結成の實現を豫想して居るのである。

要するに、本市に於ける師團通り商店街は、之を第一位に置くべき有力且つ主要な商店街と謂ふことが出來る。

四

師團通りを中心とする一條より八條に到る六、七、八、九丁目の商業戸總數は八〇三戸にして、その中に包含される物品販賣業は左の如く四四九戸を占め、市全體の物品販賣業總戸數二、〇二八戸に比し、二割二分一

1) Rieger, Wilhelm; Einführung in die Privatwirtschaftslehre. Nürnberg 1928. S. 140.—142.（杉本秋男氏著　商店位置と商店街の研究 p. 96. 參照）

厘强の割合を示してゐる。

	飲食料品	衣料身裝具	家具建築材料	機械器具	其の他	計
一條六、七、八、九丁目	一九	五	八	六	一三	五一
二條　同	三九	二	一〇	九	一二	九一
三條　同	四二	二四	二	一四	一〇	九二
四條　同	一九	一四	五	一〇	一八	六六
五條　同	三五	一五	三	二	一四	六九
六條　同	五	五	二	五	一八	三五
七條六、七、八、九丁目	一六	一三	三	五	九	四五
計	一七五	九六	三三	五一	九四	四四九

然し玆に私の對象とする師團通り商店街は、この中軸を占める一條より八條に至る七、八丁目筋に存在する小賣商の一帶を指す。右の地域に於て、昭和十一年四月末現在、この商店街を構成する業種別戸數は、次の如くになつて居る。

A　飲食料品店

白米商	一	和洋菓子商	一九
雜穀雜粉商	一	鮮魚介及冷庫魚介商	一
果物商	一〇	其他魚介藻商	三
牛豚鳥肉商	一	和洋酒清涼飲料商	二
砂糖商	一	茶類商	一
其他飲食料品商	三	計	四三軒

B 衣料身裝具品店

吳服太物麻織物商	一〇
洋服商	一〇
蒲團夜具商	一
綿糸毛糸編物組物商	一
帽子商	二
靴及附屬品商	八
貴金屬寶石商	一
化粧品石鹼商	一
計	七六軒
洋反物羅紗商	三
婦人子供服商	一
毛布類商	一
小間物袋物商	二
洋品類商	九
下駄革履物商	一一
眼鏡商	四
時計商	一一

C 家具建築材料店

壁表筵類商	一
金屬材料商	五
陶磁器土器商	五
計	一一軒

D 機械器具店

電氣機械器具商	三
自動車及部分品商	二
寫眞機及寫眞用品商	四
工作機械商	一
計	一〇軒

E 其他生活用品店

荒物商	一
文房具學藝品事務用品商	六
玩具遊戯娯樂品商	二
運動用具商	三

藥品衛生材料商	一〇	管樂器絃樂器商	二
蓄音機レコード商	一	美術工藝書畫骨董商	三
花弄盆栽造花商	二	日用雜貨商	一
以上に入らざるもの	五	計	三六軒
總計	一七六軒		

之等一七六軒に亙る商店中、調査によると、五十五軒のみ自己家にして、殘餘一二一軒はすべて借家になつて居る。今之等の借家賃について、その現狀をみるならば、

	最高	最低	總平均
飲食料品店	一三五・〇〇円	二五・〇〇円	四一・〇六円
衣料身裝具品店	一三五・三〇	四二・五〇	五六・〇七
家具建築材料店	一〇一・〇〇	二〇・〇〇	五九・五〇
機械器具店	八〇・〇〇	三七・五〇	五三・二五
其他生活用品店	一三五・〇〇	二〇・〇〇	五三・二二

之を市全體の商店平均家賃四十一圓五十九錢に比すれば、殆どそれ以上を示して居るが、場所柄として當然の事である。次いで其等商店に於ける使用人の狀態についてみると、

	使用人數一人	二人—三人	四人—五人	六人—十人	十一人—五十人	五十一人以上	計
飲食料品店	〇	二〇	一六	五	二	〇	四三
衣料身裝具品店	一	三四	二〇	一四	五	二	七六
家具建築材料店	〇	五	二	三	〇	一	一一
機械器具店	一	七	二	〇	〇	〇	一〇

其他生活用品店	二	二〇	九	三	二	〇	三六		
計	四	八六	四九	二五	九	三	一七六		

之によると殆ど各類を通じて多數を占めて居るのは、二人以上三人までの使用人、ついで四人より五人である。即ち全一七六店中殆ど半數が二人乃至三人の小規模な家族的使用人を有してゐる現狀である。斯く小賣商に使用人の少いのは、勿論資本的關係にもよるが、その家族も店員の一人として立働いて居る現實の問題を見逃してはならぬ。今日小賣商の强烈にして悲慘な同志討を防止するため、その過多の狀態を抹殺すべく、或は納金制度、或は試驗制度等叫ばれてゐるが、私は右の事實に照らし今日特に家族の世襲制度を確立させる事を原則としたい。然し今日の小賣商統制の目標は、數過多による市場競爭（Market contest）の激化を防止する許りではなく、夫に將つて所謂業者の質的向上による社會的商人地位の昇進にあるとせねばならぬことを思ふのである。[1] 私は屢々別の機會に於て、今日の小賣商の最根本問題は人の問題であり、すべてがこの上に築き上げられると信じて、その是正改善の急務を叫んできたが、之については既にホワイト[2]もマーシャル[3]もナイストロム[4]も夫々の著書の中に克明に人的要素の重要性を說いて居る。要するに本市としては、極く家族的小人數の使用人が大部分である以上、彼等の住込關係について充分考慮し、特に商人道場等の建設による精神的なものの改善より始めねばならぬのである。[5] 續いて私は師團通り商店街の榮枯盛衰を物語る一つの證左として、次の統計を作つてみた。

（開業月日）	飲食料品商	衣料	家具	身裝具商	建築材料商	機械器具商	其他	日用品商	計
明治年間	一〇	一三	一	〇	四	二七			
大正九年迄	五	二	一	一	四	三			

1) 內池廉吉氏著　小賣業統制論 p. 34.
2) White ; Business Management. p. 94.
3) Marshall, L. C., Business Administration. p. 115.
（經營學研究會編輯　米國の經營學 p. 14—15. 參照）
4) Nystrom ; Retail Selling and Store Management. chapter II. p. 11—24.
5) 之等使用人對策については井上貞藏氏著　商業使用人問題の研究　參照のこと。

大正末年迄	七	一四	二	一	一二	三六	
昭和五年迄	一	一〇	三	一	五	二〇	
昭和六年以後	二〇	二九	四	七	一一	七一	
計	四三	七六	一一	一〇	三六	一七六	

右の如く本商店街には、二十七に亙る老舗があり、殊に奥地としての本市には貴重な存在で誠に慶賀すべきことである。總數の四割强が所謂最近の新店舗にして、昭和六年以降の誕生である。昭和五年三月末東京市商工課が、市内九萬五千軒の商店について、その開業年次の調査を行つた處、最近十年間に於ける開業の中に入つた數は、全體に對して四割餘であつたが、恰も本市の狀態と符合一致を見て居り、甚だ興味深く感ぜられる次第である。凡そ小賣店の短命については周知の通りであるが、その業種別によつても亦著しく異る。米國の有名なエリー湖畔に臨むバッファロー市の小賣業者經營の壽命について、開店一ヶ年未滿にて閉店せる種別的統計をとつた處、次の如き結果を生じた。

食料品店（但しカフエー、喫茶店を含む）	六〇・〇%
金物店	三四・五%
靴店	四三・八%
藥品店	二六・六%

本市に於ても、前記の如く新店として昭和六年以後の開店數中、その四六・五%强が飲食料品店次いで三八・一%を占めるのが衣料身裝具店であるが、一般に食料品關係業はその生死變轉の姿が、著しい樣に考へられるのである。次に本商店街に於ける賣上成績を見るに、一商店一年平均二萬八千三百七十三圓といはれ、指數にて示せば、銀座通りの四八・八七に比し一〇〇をあらはし、全體として呉服、靴、カバン、文房具、時計、貴金

屬、洋品、茶、金物、食料品等比較的高級品の賣行が多い。全一七六軒に亙る店の中九十一軒が正札販賣[6]をなし、就中衣料身裝具品店がその五十一軒まで占めてゐるが、商品の性質上自然なことであると思はれる。尙陳列賣と座賣と較べるに、前者は一七三軒、後者はわづか三軒で、蒲團夜具商と化粧石鹼商及びその他一軒である。之は殊に入念な買物を得意とする女子が、今日小賣商に於ける購買層の七五%から九〇%を占めて居る[7]と說くナイストロム教授の言葉に[8]よつても、買人に自由性の多い陳列賣は現代的であり、都市の盛り場に於ける販賣方法として好適である。次に本商店街に於げる各商店の賣場面積については、次の樣に調査されて居る。

	最大	最小	總平均
飲食料品店	二一・〇坪	五・二五坪	一四・九三坪
衣料身裝具店	三二・八	四・一	一六・八八
家具建築材料品店	三四・五	一〇・五	二一・一〇
機械器具店	一六・〇	五・〇	一〇・六二
其他日用品店	一八・五	六・一	一〇・五六

而して一七六軒の總平均一七・七四坪になつて居るが、概して他商店街に比し坪數の小さいのは、主として場所柄からくる地代の關係なのである。つまりリーガーの謂ふ交通指向的な地勢として、その賃借料の高さを考慮せねばならぬ所である[9]。尙ついでに業種別地價についてみると、飲食料品店平均一五一圓七十錢、衣料身裝具店平均一九一圓五十九錢、家具建築材料品店平均一五八圓三十三錢、機械器具店平均一八九圓三十三錢、其他日用品店平均一七二圓四十一錢にして、個々のものについてみると、最高糸物商の三五〇圓より最低白米商の九十圓に至るまで種々あるが、概して他に比し地價の高い事も前記の如く、その樞要な地區の關係上であ

6) 支那事變以後戰時法規の一つとして發布された暴利取締令により、現在各商店の商品について必ず正札を附することになつて居り、從つて目下商店街全商店とも正札販賣をなして居る。

7) 堀新一氏著、百貨店の出張販賣に對する地方の反響　經營經濟研究第十六冊 p. 73.

る。

五

次に顧客が、買物散歩（Shopping）を味はふ本市隨一の繁華な街路として、當然夫に附着すべき裝飾の問題が廣告の重要さを孕んで登場しなければならぬのである。永續的な顧客以上にもつと所謂通り掛り顧客換言すれば有名顧客（Famous customer）以上に無名顧客（Unknown customer）を對象とする本商店街にあつては、そこに立並ぶ陳列窓、廣告塔、ネオンサイン、電光照明等所謂一般四周の商業的雰圍氣を釀すべき店頭裝飾等の問題が重大な意義を持つことになる。私は今玆に White, Nystrom, Reed, Bolling, Starch, Strong 等の諸學者の言葉を引用して、今更に廣告の重大性を述べることをせぬが、唯吾々は常に、「廣告は商業繁昌の大道である」[1]ことを深く銘記せねばならぬと思ふ。師團通り商店街には現在共同施設として、共同照明、共同廣告、共同催し物等種々あるが、その一つの名物として百本のスズラン燈が街路の美化作用を營んで居る。元來このスズラン燈は賑やかで統一美を發揮するが、明りの能率が比較的弱く、破損も亦大で維持費に相當の困難を感ずる。本商店街に於ても燈火中往々齒が拔けた如に消えてゐるものを諸所に見受けるが、誠に不體裁なものと思ふ。これについて從來富山市にて行つて居る如く、電氣會社のサービスとして夜々巡視し、消燈の無き樣心掛けることが肝要である。とまれ商店は明るくなければならぬ。本商店街にもネオンサインの輝きや、電燈廣告の點滅など夜空に見えてゐるが、經濟的安價、技術的進歩に伴つて益々廣告的價値を高めるネオンサインの附設は今後に於て增加する傾きが强い。只ネオンサインは所謂照明より寧ろ廣告的美化作用に效あり、街を明る

8）堀新一氏は同著 p. 137 に於て、石川文吾博士はこのナイストロムの言についての理由として、女子が家庭に於ける家計費の大部分の支出管理權を有して居るからであると述べて居る事を示されてゐる。
9）杉本秋男氏著　商店位置と商店街の研究 p. 95—96.
1）松宮三郎氏著　廣告實務 p. 14.

くする點乏しく從つて白色の補助照明が必要となつてくる。概して本商店街は清水正己氏の謂はれる光漸層[2]の傾きがある。次に店頭裝飾の狀態を吟味するが、之について、私自身嘗て本商店街の一部小賣商の店頭裝飾競技會の審査に當つた事があるが、その際感じた點を要約してみると概して左の如き缺點の列擧にすぎぬ。

(1) 明瞭にプライス・カードをつけること。
(2) 新奇な創造を以て裝飾すること。
(3) 文案は特に注意して表はすこと。
(4) 色の配合について今少し考へること。
(5) 表面より見えぬ裏側下側を一層清掃し、整頓して置くこと。
(6) 一般に室内が暗く外より入りにくい事。

之等についての詳しい說明は省きたいが、只徒らに模倣的裝飾のみを事とせず、進んで獨創的店頭裝飾を施してゆくべきであると考へたのである。尙飾窓については、往々費用をかけすぎいはば店に不釣合のものが多く、又一面經濟的問題と、直接わからぬ效果性並びに手數の煩累より飾窓を放棄する店を若干見受けたが、概して飾窓の重要性を認識せぬ樣である。あく迄も獨自の創造により節約的に飾つてほしいが、從來の過つた觀念にとらはれて、物置小屋式の雜然たる商品陳列の弊あるも、之は時代性にあはぬものとして矯めなければならぬと考へる。廣告も矢張り顧客の心理に基かねばならぬと、ポッフェン・ベルガーも、一九二五年の著作である「廣告の心理問題」の中に述べて居るが、殊に飾窓の如き其の感を深うする次第である。斯くして現代人の如き複雜し混亂し全く疲れ切つた頭に、かゝる混雜した物置式飾り方が何處に效果があらうか。最も單純にして

2) 商店街の中心に向つて照明が次第に强度になつて居る現象を指す。

印象的な裝飾こそ今日の時代性に適合せるものと私は考へてゐる。この點本商店街全般に對して一層の研究的反省を促さねばならぬと思ふ。最後に一言したい事は、營業時間の問題であるが、既に昭和十三年十月一日より商店法實施され、殊に本商店街の如き、實に模範的な成績を擧げて居るが、私は次の二つの理由によりもつと閉店時間を繰り上げてもよいと思つて居る。

(1) 氣候的關係により市民の夜分外出は一年を通じて少く、冬季に於ては特に甚だしい。

(2) 夜分の外出を禁ぜられてゐる軍人をその重要な顧客層とする傾きが濃厚である。

尙隣接街路に立並ぶ五十餘の露天商の終業時刻についても、將來本商店街との關聯上考慮さるべきものと思ふ。本商店街商店の終業時刻は現在、商店法に規定せる時刻を遵守して居るが、その開店時刻について私の當時蒐集せる資料に基くものを、玆に參考まで一瞥してみると、

	夏分 最早	夏分 平均	冬分 最早	冬分 平均
飲食料品店	五時〇〇	六時二八	五時三〇	七時三〇
衣料身裝具店	六・〇〇	六・五八	七・〇〇	七・三〇
家具建築材料店	六・三〇	七・一〇	七・〇〇	七・四六
機械器具店	六・一五	六・四八	六・〇〇	六・五二
其他生活用品店	六・〇〇	七・四一	六・三〇	七・一二

勿論商店法實施以後の今日に於て、それとは多少變更あるものと考へ得られる。漸く戰時體制を目指す統制經濟强化につれて、商店經營も亦その方向進路を時勢に應じて變化せざるを得ない狀態に立到つて居る。齊しく

日本人たる以上、各自の職分を通して國策に應ずべき愛國心の湧起する秋である。私は斯る意味に於て、本商店街商店の指導理念として、屢々拙き私見を說いてきたが、特に最近本商店街の實情を基調として、現下に於ける販賣方針の戰時化たる經營上の狙ひ所について、次の諸點を力說して來た。

(1) 軍都として慰問品相談所乃至調整所の設置、擴張、但し現存店舗の全部又は一部を利用して。

(2) 修理・改善を目指す再生部を各店に設置して顧客の國策順應心を昂揚させること。特に軍需關係品について。

(3) 代用品の宣傳につき全力を擧げてやること。但し顧客に對して、夫が代用品たる觀念を與へず、新品としての考へを與へさせる樣に。

(4) 物資節約の立前から極力物質のサービスを廢し、誠意第一とする精神的サービスに移ること。

(5) 事業により甚だしき影響を受け易い所謂單獨品販賣より、比較的安全で今日の顧客に便利がられる、種類品販賣に變へること。

尙私は兼々より、殊に雨雪の多い當市の本商店街について、顧客大衆の自然的障害に對する苦痛本能を除去し、眞に樂しませる商店街たらしめる意味に於て、各商店共同的に、雪蔽・雨蔽・從つてそれが同時に風蔽、日蔽となるものを、速かにつけて貰ひ度いと思つて居る。各商店揃つて屋上より一間ほど前の路上に突き出せば可いのである。今日我國商店街に於ける日蔽の例は、大連、東京、横濱、大阪、神戸等に見、雨雪蔽は主として靑森、弘前、新潟等に見る。斯く風雨氷雪寒暑より保護されつつ、街路漫步を味はふ顧客の快適さは、到底縱のデパートたる通常の百貨店に企及し得ない所であり、獨り横のデパートたる商店街そのものの强味となる

譯である。

六

私は以上に於て、本市師團通り商店街の全貌につき、批判的な筆を加へつつ素描して來た積りである。勿論未だ商店金融の內情、顧客層の內容的調査、或は商店員待遇の實情、各商店の帳簿組織等幾多心殘り多いものがあり、私の將來に與へらるべき宿題の多いことを痛感して居る。

とまれ既述の狀態に於て、本商店街は多分にその將來の躍進性が約束されて居るが、私は玆に一日も早く商店街商業組合の結成を望んで居る。謂ふ迄もなく、今日の中小商工業者殊に小賣商に與へられたる唯一の活路は、組合結成に基く協同化でなければならぬ。商業組合法第一條にある如く、商業組合は商業者がその商業の改善發達を圖るために、各自が相寄り相扶けあつて、共同の施設をなすことを目的として設立せられる經濟團體であり、商業者各自が當面してゐる困窮の諸原因を排除し、進んでは其の振興を計らんとする强き精神的結合こそ、その根本的な組合主義の要旨なのである。

商業組合そのものが、小賣商に及ぼせる具體的な功績を眺めても、それが單に精神的な方面より、小賣業者間の協同心を涵養して、商人の質的向上を計つて社會的地位の昇進を促すのみならず、更に物質的にみても、金融上の便を計り、共同仕入、共同販賣、共同廣告をなさしめる等幾多擧げるべきものがある。

幸ひ本道一一八（昭和十三年七月現在）に亙る商業組合の特異性としてその二九%[1]が地區組合であり、業種別に比してこの地區別の多い事は、殊に都市に於て商店街商業組合結成可能性が大であると見ることが出來る。

1）昭和十三年七月　北海道商業組合協會發行　北海道の商業組合 p. 4.

かくて目下本道に唯二つしかない、函館市の大黒町通り商店街商業組合及び札幌市の狸小路商店街商業組合に次いで、本商店街に商業組合を設立する樣特に望みたいのである。

之を要するに本商店街は、他都市に比し、決して遜色無き構成內容を有するものと確認せざるを得ない狀態にあり、その經營上にも亦可成りの優秀性を認め得られると信じて居る。

誠に畏れ多いこと乍ら、去る昭和十一年、北海道に於ける陸軍特別大演習御統監の御砌り、千載一遇の好機を得て、かしこくも、行幸の御道筋の光榮に浴した本商店街の輝しき歷史に鑑み、陛下の宏大無邊なる深き御慈愛に感泣して、一層祖國の現狀に照らしつつ、ひた向きに商業報國の念に燃えて進まなければならぬのである。

（昭和十四年天長節稿）